

2.1 Marketing

Alle winkels willen natuurlijk klanten trekken om veel te verkopen. Daarom treden ze op een bepaalde manier naar buiten, kiezen ze een bepaalde plek en richten ze zich op een bepaalde doelgroep. Alles doen ze om zo veel mogelijk te verkopen en herkenbaar te zijn voor de klant. Marketing noem je dat. Maar wat is marketing eigenlijk?



Afb. 2.1 Om de verkoop van producten te bevorderen, maakt een winkel bijvoorbeeld een startpagina die past bij de winkel.

Wat weet ik al?

- Welke winkel spreekt jou aan?

- Wat spreekt jou aan in die winkel?

WAT IS MARKETING?

Producten uit de groene sector worden in verschillende **winkelconcepten** verkocht. Een appel kan bijvoorbeeld worden verkocht op de markt, maar ook in een boerderijwinkel of een groente- en fruitspeciaalzaak of zelfs in een **webshop**. Bij elk winkelconcept wordt de appel op een bepaalde manier verkocht. Hoe een winkel zijn producten aanbiedt aan de klant, noem je de **winkelfomule**.

De winkelfomule past bij de **doelgroep**, de klanten waar de winkel zich op richt. Natuurlijk wil de winkel zo veel mogelijk verkopen. Om te zorgen dat die bepaalde manier van verkopen bij de winkel past, gebruikt een winkel **marketing**. Marketing is alles wat een bedrijf doet om de verkoop van zijn producten te bevorderen. Om de marketing goed in te vullen, kan een winkel de marketingmix gebruiken.



Afb. 2.2 Elke winkel verkoopt producten die passen bij zijn winkelfomule. Op de markt verkopen ze violen in een tray. In een speciaalzaak verkopen ze dezelfde violen, maar dan in een schaal.

2.1 Wat is marketing?

- alles wat een klant doet om producten te kopen
- alles wat een bedrijf doet om de verkoop van zijn producten te bevorderen
- alles wat een bedrijf doet om de inkoop van zijn producten goed te doen

DE MARKETINGMIX

De marketingmix bestaat uit zes onderdelen, ook wel de zes P's genoemd. Die onderdelen zijn: product, prijs, promotie, plaats, presentatie en personeel. Elk onderdeel van de marketingmix kun je zo uitwerken dat het steeds bij de winkelformule en de doelgroep past. De P's moeten ook onderling bij elkaar passen. Hierdoor wordt een winkel of een bedrijf herkenbaar voor de doelgroep. De doelgroep zal hierdoor sneller de winkel bezoeken. Bijvoorbeeld: een biologische boerderijwinkel verkoopt biologische producten (product), de mensen helpen je persoonlijk (personeel), ze geven je voorlichting (promotie), ze presenteren het product (presentatie) en het product is wat duurder (prijs).



Afb. 2.3 De plaats van een biologische zuivelboerderij is vaak op het platteland. De plaats van een supermarkt met een zuivelafdeling is in een stad of dorp.

© www.westzaansezuivelboerderij (links); Albert Heijn (rechts)

2.2 Wat is onderdeel van de marketingmix en wat niet?

- promotie
- doelgroep
- prijs
- winkelformule
- supermarkt
- presentatie

**Opdracht 1**